



## Études de communication

langages, information, médiations

15 | 1994

De la Gazette à C.N.N., les gestes d'informer

---

# Le journaliste créateur

*Creative journalism.*

Alain Chanel

---



### Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/edc/2689>

DOI : 10.4000/edc.2689

ISSN : 2101-0366

### Éditeur

Université Lille-3

### Édition imprimée

Date de publication : 1 mai 1994

Pagination : 133-138

ISSN : 1270-6841

### Référence électronique

Alain Chanel, « Le journaliste créateur », *Études de communication* [En ligne], 15 | 1994, mis en ligne le 29 décembre 2011, consulté le 30 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/edc/2689> ; DOI : 10.4000/edc.2689

---

Ce document a été généré automatiquement le 30 avril 2019.

© Tous droits réservés

---

# Le journaliste créateur

*Creative journalism.*

Alain Chanel

---

- 1 Nous rencontrons aujourd'hui de plus en plus de discours, d'analyses, d'études provenant de philosophes, de sociologues, voire même de journalistes qui, tous, mettent en garde, dénoncent ou s'interrogent sur la perte d'identité professionnelle qui menacerait les journalistes dès lors que les sociétés vivraient sous le règne de la communication et/ou des télécommunications.
- 2 Je vous propose d'examiner ensemble la pertinence de ces alertes, la part de leur modernité ou de leur antériorité par rapport aux débats actuels et, au regard de ces constats, de préciser quelle est la capacité essentielle -selon moi intrinsèque à son métier, pour ne pas dire son art- que le journaliste doit développer aujourd'hui pour garantir son identité.

## L'identité perdue.

- 3 Dans un article publié dans la revue *Médiaspouvoirs* et intitulé : « Le journalisme victime de son succès », le sociologue français Dominique Wolton, directeur de recherche au C.N.R.S., définit les journalistes comme ceux qui ont  
*la capacité (...) à rendre compte des grands problèmes du moment car, poursuit-il : ils ont en commun avec les hommes politiques d'être les premiers à s'approcher des loges de l'histoire...*
- 4 Aussi noble qu'elle puisse paraître, cette définition de la profession en réduit le champ au politique et la pratique à l'analyse. Or, aujourd'hui les journalistes soumettent à la question bien d'autres objets et déclinent leur discours dans de multiples registres dont l'analyse n'est qu'un.
- 5 Dominique Wolton perçoit bien l'insuffisance de sa proposition pour définir les journalistes car, mesurant la croissance formidable de cette profession en termes de population en France en tout cas<sup>1</sup>, il ne peut que s'interroger sur ce qui constitue le

dénominateur commun des métiers exercés par les journalistes. Et constatant les limites de l'analyse sociologique, il en appelle à

un travail rigoureux et restrictif concernant la définition du journalisme si celui-ci ne veut pas perdre demain une bonne partie de son identité et de sa légitimité dans un espace élargi de la communication.

- 6 Plus encore, selon lui, c'est non seulement le journalisme qui est en péril de perte d'identité, mais l'information elle-même, car :

La menace vient de ce qu'avec les techniques les possibilités infinies de développement s'offrent à l'information, au point que celle-ci risque progressivement de perdre son identité au sein d'un vaste ensemble communicationnel.

- 7 Espace élargi de la communication, vaste ensemble communicationnel ; les mots sont lâchés et derrière eux sont montrés du doigt le mal et l'esprit du mal: la télévision et les télécommunications dans lesquelles seraient solubles non seulement l'identité des journalistes, mais aussi le journalisme et, même, l'information.

## Copernic revisité

- 8 Si pour Dominique Wolton l'identité de l'information est en danger, pour Ignacio Ramonet, Directeur du *Monde Diplomatique*, elle s'est déjà perdue, ayant subi, sous les coups conjugués de la télévision et (donc) de la communication, *une révolution copernicienne*.

- 9 Dans le numéro du mois d'octobre 1993 de son journal, le Directeur du *Monde Diplomatique* signe un article intitulé: « S'informer fatigue ». Dans ce texte, Ignacio Ramonet développe avec talent une argumentation visant à démontrer qu'avec la télévision ce sont les fondements mêmes du journalisme qui ont été transgressés : le voir a remplacé le comprendre; la marche de l'histoire, l'explication ; le direct, le questionnement; le temps réel, la mise en perspective; la brève, le développement; la redondance médiatique, la « véracité ».

- 10 Qui plus est, la communication institutionnelle, c'est-à-dire l'information délivrée par les administrations, les entreprises et autres organisations, serait

capable de manipuler astucieusement les médias au point que dans les démocraties cathodiques... la censure démocratique existe.

- 11 Bref, dans cet univers où « information et communication tendent à se confondre », dans ce face-à-face téléspectateur-histoire où « à la limite le journaliste est de trop », le téléspectateur devrait être déchu de ses droits civiques puisque selon Ignacio Ramonet :

vouloir s'informer sans effort est une illusion qui relève du mythe publicitaire plutôt que de la mobilisation civique. S'informer fatigue, et c'est à ce prix que le citoyen acquiert le droit de participer intelligemment à la vie démocratique.

- 12 Au-delà de l'exagération du trait qui, à vouloir défendre la démocratie, condamne le citoyen, il est amusant et paradoxal de relever que cet article est illustré par une courbe qui montre de façon saisissante la fulgurante progression de la diffusion du *Monde Diplomatique* : celui-ci a presque multiplié son tirage par deux en huit ans passant de 128 000 exemplaires en 1985 à plus de 240 000 aujourd'hui, c'est-à-dire dans une période où le nombre des chaînes de télévision en France a été multiplié par deux, sans parler des chaînes diffusées par satellites et relayées par le câble.

- 13 En fait, la démonstration d'Ignacio Ramonet dérive plus d'une réaction réflexe que d'une véritable réflexion. Capable de montrer l'histoire en marche - mais, après tout, Dominique Wolton nous avait bien expliqué que le journaliste était aussi celui qui siègeait aux premières loges de l'histoire - la télévision serait coupable de la réduire à des images symboles (la poignée de main Rabin-Arafat par exemple).

## Les journalistes en question.

- 14 Oui, ces images sont symboliques; oui, leur force réside dans la charge émotionnelle qu'elles portent. Mais, du point de vue de l'information, qui pourra nier leur puissance incitatrice à vouloir en savoir plus, à connaître, à connaître mieux et à comprendre ? Pour une émotion partagée, combien de revues achetées, d'articles lus, de magazines télévisés regardés, de reportages radio écoutés, en un mot d'informations rencontrées ?
- 15 S'il y a révolution copernicienne, ce n'est pas au sens où l'entend le directeur du *Monde diplomatique*. C'est-à-dire dans une disparition du sens et un avènement du non sens que porterait intrinsèquement l'image télévisuelle.
- 16 S'il y a révolution, ce n'est pas dans la méthode du traitement de l'information qui, aujourd'hui comme hier, répond toujours aux questions de base: qui, quoi, quand, où, comment, pourquoi et avec quelles conséquences? et produit ainsi du sens.
- 17 S'il y a eu révolution, c'est dans le statut que les journalistes ont voulu donner, imposer, pendant plusieurs décennies, à l'information et qui aujourd'hui s'effondre. Ce statut reposait sur le principe qu'il n'y avait d'information légitime que dans la mesure où c'était le journaliste qui la secrétait. En fait, voulant se construire une identité, une visibilité sociale, ils se sont érigés en propriétaires de la parole informative et surtout en gardiens du temple des objets susceptibles d'être éclairés par leur regard.
- 18 Aujourd'hui, la démultiplication des gisements informatifs, c'est-à-dire la diversité des objets mis à portée du regard public, donne enfin à celui-ci la capacité de dire quel objet lui est nécessaire et nécessite donc un traitement informatif structuré lui aussi de sens. Au discours des journalistes qui s'adressent au public en lui disant *je vais vous expliquer le monde* est en train de se substituer le discours des publics qui demandent aux journalistes *expliquez-nous cet aspect du monde que nous avons besoin de comprendre*.
- Car la vérité de l'information renvoie toujours à un événement existentiel chez ceux qui la reçoivent. Son registre n'est pas celui de l'exactitude des faits, mais celui de la pertinence d'un problème, de la consistance d'un univers de valeurs<sup>2</sup>.

## L'avènement de la subjectivité.

- 19 En précisant cette dimension essentielle, c'est-à-dire constitutive, de l'information, Guattari nous rappelle que la modernité de ce paramètre ne réside pas dans son actualité, mais dans l'actualité de l'effacement des masques qui l'occultaient. Au premier rang de ceux-ci figure selon lui
- la puissance de suggestion de la théorie de l'information (qui) a contribué à masquer l'importance des dimensions énonciatrices de la communication.
- 20 Cela signifie simplement qu'informer, c'est-à-dire produire du sens, ne peut se concevoir qu'en prenant en compte la subjectivité de celui à qui on s'adresse et donc aussi son rapport à la qualité énonciatrice du média vecteur de l'information.

- 21 Avec et par les nouvelles technologies de communication (télévision, informatique, télécommunication, télématique) se dessine un futur proche irrigué d'autoroutes électroniques. Décomposés en données numériques, sons, textes, images, seront accessibles partout et par tous.
- 22 Dans un entretien récent accordé à l'hebdomadaire *Télérama*, Paul Virilio<sup>3</sup> tire une sonnette d'alarme. Nous allons être les victimes de la tyrannie de la vitesse absolue, de la bombe informatique dont les effets seront multipliés par l'interconnexion mondiale des réseaux. Les écrans ayant supplanté l'écrit, les activités réflexes remplaceront les activités de réflexion et arrivera l'accident spécifique de l'informatique destructrice d'images mentales, de ces images que nourrissait, que nourrit encore notre rapport naturel à l'espace réel. Les télécommunications dissolvent la « grandeur nature » de la planète.
- 23 La perte de la « grandeur nature » de la planète ! Voilà bien, voilà enfin posé l'enjeu essentiel, le danger absolu. Nous serions menacés de perte d'identité parce que susceptibles d'être dénaturés. Comme s'il y avait une dimension objective de la nature. Comme si notre perception n'était pas existentiellement subjective.

## La créativité enfin.

- 24 Mais le scénario catastrophe de Virilio est-il inéluctable ? Que proposent en fait les nouvelles techniques de communication ? Instruments de régulation et d'exercice du pouvoir, elles permettent en temps réel de procéder aux transferts de biens matériels et immatériels dans une logique de réalisation de plus-values et de capitalisation de celles-ci. Par ailleurs, elles permettent de diffuser la représentation d'un ordre établi comme nécessaire.
- 25 Mais, dans le même temps, et c'est la loi du marché, elles abondent celui-ci d'une représentation d'objets dans une quantité telle que chaque subjectivité, individuelle ou collective, est susceptible de se trouver excitée. En tout cas, cela semble être le pari de Guattari pour qui :
- L'évolution des technologies introduit de nouvelles possibilités d'interaction entre le média et son utilisateur, et entre les utilisateurs eux-mêmes. La jonction entre l'écran audiovisuel, l'écran télématique et l'écran informatique pourrait conduire à une véritable réactivation de la sensibilité et de l'intelligence collectives. L'équation actuelle (médiâs = passivité) disparaîtra peut-être beaucoup plus vite qu'on ne l'imagine. Tout dépendra de la capacité des groupes humains à s'emparer de ces technologies et à leur conférer des finalités convenables.
- 26 S'emparer de ces nouvelles technologies, c'est là aujourd'hui que sans doute doit intervenir le journaliste. A la croisée de l'interrogation que porte l'individu, ou le groupe, sur les objets nouveaux auxquels il a accès et des technologies porteuses pour ne pas dire productrices de ces objets, il doit mobiliser ses capacités pour créer la représentation de l'univers particulier dans lequel, cet objet, prendra tout son sens pour, cet individu.
- 27 Nous avons du monde une vision mondaine ; il y a ceux qui sont « in » et ceux qui sont « out », remarquait Alain Finkelkraut à propos du traitement par les médias de la guerre dans l'ex-Yougoslavie. Il est donc urgent de quitter le centre pour la périphérie, pour toutes les périphéries où se rencontrent la plus grande diversité de subjectivités. Et c'est là que le journaliste doit d'abord mobiliser sa créativité car, aujourd'hui, informer c'est avant tout produire une esthétique. Autrement dit, être journaliste c'est faire oeuvre de créateur.

---

## NOTES

1. 13 635 en 1975, 23 225 en 1985 et plus de 26 000 aujourd'hui.
  2. Cette citation est empruntée à Felix Guattari, philosophe et psychiatre, mort en 1992 peu de temps après qu'il ait signé dans le *Monde Diplomatique* un article intitulé « Refonder les pratiques sociales ».
  3. Paul Virilio : architecte, urbaniste et penseur français contemporain.
- 

## RÉSUMÉS

L'auteur s'interroge sur la pertinence des analyses qui estiment l'identité professionnelle des journalistes actuellement menacée par l'élargissement de l'espace de communication et le développement des nouvelles formes de communication. L'identité de la profession serait menacée, voire perdue, parce que télévision et nouvelles technologies de l'information auraient sapé les bases même de l'information. La communication institutionnelle laisserait croire, illusion propice à des manipulations dangereuses pour la démocratie, à un rapport direct entre téléspectateur et Histoire. L'image serait l'occasion d'une perte du sens.

Pour l'auteur, si révolution il y a, c'est dans le statut des journalistes : ceux-ci ont voulu s'imposer comme garants de l'information légitime. Or aujourd'hui la multiplicité des gisements informatifs amènent les publics à juger de la valeur du journaliste non en regard de l'exactitude des faits, mais de la pertinence des problèmes soulevés.

Dès lors le journaliste doit prendre en compte la subjectivité de celui à qui il s'adresse; il doit aussi prendre en compte la qualité énonciative que les publics attendent du média vecteur d'information. Si l'on peut admettre que les N.T.I. risquent de nous soumettre à un flux de données numériques rendant accessible à grande vitesse textes sons et images, le journaliste doit s'emparer de ces technologies pour créer la représentation d'univers particuliers. En ce sens informer, c'est avant tout produire une esthétique.

The author focuses on the issue of professional identity of journalists. According to various analysts this identity would be endangered by the opening of a wider communicational sphere and by the early developments in medias.

The threat would be actual that T. V. and new technologies of communication put an end to it, and destroy thus the foundations of the information system. Journalist would be involved into a corporate communication whose goal is to create the illusion of a direct relation between viewers and the process of History. That illusion would be a danger for democratic societies and would lead to the loss of the meaning of images.

According to the author, the actual revolution, if there is one, is that of the professional status of journalists. They have tried to play the role of the warrantors of legitimate information. The nowadays large quantity of informational resources available leads the audience to an estimation of their value, not referred to the accuracy of facts but to the relevance of issues they focus on.

Consequently journalists must take into account the personal bias of their addressees; they must

also be aware of the quality of enunciation the audience is expecting from the media carrying the news. If we admit that the N.T. 1. tend to use a large number of numerical data giving access to texts, sounds and pictures at a great speed, the journalist should make use of these technologies to create the image of specific worlds. From that point of view the information industry would chiefly be an industry of esthetic products.

## INDEX

**Mots-clés** : journalisme, information, identité professionnelle, télévision

**Keywords** : journalism, information, professional identity, television

## AUTEUR

**ALAIN CHANEL**

**Alain Chanel**, Directeur du Centre universitaire d'enseignement du journalisme, Strasbourg,  
Barcelone